

Es war einmal ein Land, das immer älter wurde

Karen Torben-Nielsen, Dozentin, Berner Fachhochschule

«Die Welt sieht für verschiedene Leute unterschiedlich aus, abhängig davon, wie die Redakteure ihrer Lieblingszeitung die Weltkarte für sie zeichnen», sagte Politforscher Bernard Cohen. Jetzt, da unsere Welt immer älter wird, untersucht ein Team unter Federführung der Berner Fachhochschule, wie die Zeitungen NZZ, Blick und 20 Minuten über die alternde Schweizer Gesellschaft berichten – oder wie sie ihre Karte zeichnen.

Mehr Läden für Prothesen als für Kinderspielzeug? Längere Überquerungszeiten bei Ampeln? Babywindelfabrikanten, die sich zu Inkontinenzlösungen für Erwachsene umorientieren? Dies sind nur ein paar mögliche, frivole Auswirkungen der alternden Gesellschaft (Niejahr, 2004). Die echten, alltäglichen Auswirkungen beeinflussen allerdings bereits heute die Schweiz und die meisten anderen europäischen Länder.

Wie sind wir aber zu einer alternden Gesellschaft geworden? Es gibt drei Faktoren, die die Altersstruktur einer Gesellschaft beeinflussen: die Geburtenrate, die Lebenserwartung und die Migration (European Commission, 2012). Wenn die Geburtenrate sinkt, die Lebenserwartung steigt und die Migration keinen Ausgleich bietet, wird die Bevölkerung stets älter. Manche Aspekte des demografischen Wandels sind bereits ausführlich erforscht. So gibt es Studien, die die sich verändernde Bevölkerungsstruktur einzelner Länder im Voraus projizieren oder die aufzeigen, wie ältere Menschen in verschiedenen Medien abgebildet werden – in der Regel eher marginal und wenn, dann oft klischeehaft (z.B. Milner, Van Norman & Milner, 2011; Fealy & McNamara, 2009).

Geld für Schule oder Altersheim?

Weniger Kenntnisse dagegen gibt es darüber, wie Medien die alternde Gesellschaft insgesamt darstellen als gesell-

schaftlichen Prozess mit Auswirkungen auf die Einwohner. Obwohl für einige andere europäische Länder dazu bereits Forschungsergebnisse vorhanden sind (z.B. Schweden, Lundgren & Ljuslinder, 2011; und Belgien, Torben-Nielsen, 2016), fehlen für die Schweiz bis jetzt empirische Daten. Genau diese Wissenslücke versucht das Medienforschungsprojekt «Swiss Ageing Society» zu schliessen, indem es die Berichterstattung in den Zeitungen NZZ, Blick und 20 Minuten untersucht. Medienberichterstattung ist deshalb so wichtig, weil sie Einfluss darauf hat, wie wir uns selber und die anderen sehen, und wie die Ressourcenverteilung in der Gesellschaft legitimiert wird (Lundgren & Ljuslinder, 2012; Lin et al., 2004); z.B. eher Geld für Schulen oder für Altersheime.

Das Forschungsprojekt «Swiss Ageing Society» befindet sich zurzeit in der Analysephase. Es zeichnen sich bereits einige Ergebnistendenzen für die drei untersuchten Zeitungen ab. So fällt auf, dass viele verschiedene Labels (Namen) für die alternde Gesellschaft kursieren; beispielweise demografischer Wandel, Alterung der Bevölkerung, zunehmend alternde Gesellschaft usw. Die Label-Vielfalt erschwert den Wiedererkennungseffekt: Weil nicht immer das gleiche Label mit den Auswirkungen der alternden Gesellschaft verbunden wird, erscheint der Zusammenhang weniger klar. Zudem wird die «alternde Gesellschaft» selten präzise definiert. Diese Definitionslücke führt dazu, dass die alternde Gesellschaft gewissermassen als eine blanko Leinwand erscheint, worauf verschiedene Meinungen projiziert werden können. Zum Teil wird die alternde Gesellschaft sogar als Überzeugungsargument für kontrastierende Meinungen instrumentalisiert.

Zudem zeigt sich, dass die Zeitungen die alternde Gesellschaft deutlich häufiger als Herausforderung denn als Opportunität darstellen. Obwohl wir heute nur dank

grosser Fortschritte in u.a. Gesundheitswesen und Bildung überhaupt so alt werden können, wird die alternde Gesellschaft selten als grosse menschliche Leistung dargestellt. Die vorläufigen Projektergebnisse zeigen ausserdem, dass in erster Linie politische, wirtschaftliche und Gesundheitsthemen mit der alternden Gesellschaft verbunden werden. Andere relevante Themen, z.B. Wohnraum oder (Weiter-)Bildung, sind seltener vertreten. Auch kommen vor allem professionelle Experten zu Wort und weniger Menschen, die zwar keinen beruflichen Bezug zum demografischen Wandel haben, aber gleichwohl direkt mit den Auswirkungen konfrontiert sind, z.B. pflegende Angehörige.

Weitere Informationen

Forschungsprojekt «Swiss Ageing Society»:

Erstmals Schweizer Resultate

Das Medienforschungsprojekt «Swiss Ageing Society» untersucht, mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse, wie die Zeitungen NZZ, Blick und 20 Minuten zwischen 2014 und 2017 über die alternde Gesellschaft berichteten. Das Projekt ist eine Zusammenarbeit der Berner Fachhochschule (Federführung), der Université de Fribourg und der Università della Svizzera italiana und wird vom Schweizerischen Nationalfonds SNF unterstützt. Definitive Ergebnisse gibt es 2019. Projektwebsite: www.swissageingsociety.ch

Zur Autorin

Karen Torben-Nielsen



Dr. Karen Torben-Nielsen arbeitet als Forscherin und Dozentin am Institut Alter der Berner Fachhochschule. Als ehemalige Zeitungsjournalistin kennt sie die Nachrichtenredaktionen und Nachrichtenproduktion aus erster Hand. Nun verbindet sie Medienforschung mit Untersuchungen über die breiten kulturellen Auswirkungen der alternden Gesellschaft.

Literatur

- Cohen, B.C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- European Commission (2012). *Ageing Report: Europe needs to prepare for growing older* (Press Release). Brussels: European Commission Printing Office.
- Fealy, G. & McNamara, M. (2009). *Constructing ageing and age identity: a case study of newspaper discourses*. Dublin: National Centre for the Protection of Older People.
- Lin, M.-C., Hummert, M.L. & Harwood, J. (2004). Representation of age identities in on-line discourse. *Journal of Aging Studies*, 18 (3), 261–274.
- Lundgren, A.S. & Ljuslinder, K. (2012). «The baby-boom is over and the ageing shock awaits»: populist media imagery in news-press representations of population ageing. *International Journal of Ageing and Later Life*, 6 (2), 39–71.
- Lundgren, A.S. & Ljuslinder, K. (2011). Problematic demography: representations of population ageing in the Swedish daily press. *Journal of Population Ageing*, 4 (3), 165–183.
- Milner, C., Van Norman, K. & Milner, J. (2011). The media's portrayal of ageing. In J.R. Beard, S. Biggs, D.E. Bloom, L.P. Fried, P. Hogan, A. Kalache, & J. Olshansky (Eds.), *Global Population Ageing: Peril or Promise* (pp. 25–29). Geneva: World Economic Forum.
- Niejahr, E. (2004). *Alt sind nur die anderen. So werden wir leben, lieben und arbeiten*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.
- Torben-Nielsen, K. (2016). *The Ageing Society. Analyzing the coverage of the population ageing in a Belgian quality newspaper*. Lugano: Università della Svizzera italiana.